

最新销售团队季度激励方案(实用5篇)

为了确保事情或工作得以顺利进行，通常需要预先制定一份完整的方案，方案一般包括指导思想、主要目标、工作重点、实施步骤、政策措施、具体要求等项目。方案的格式和要求是什么样的呢？下面是小编为大家收集的方案策划范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

销售团队季度激励方案篇一

所有的提成计算模型会从三个方面考虑：销售额、毛利、净利。

销售额

单纯依靠销售额计算提成，会出现这样的问题：销售人员采用各种方法来提高销售额，价格控制的.特别低，这将导致公司的利润非常低。

所以，不建议采用以销售额计算提成。

毛利、净利

在毛利和净利方面，建议用净利来计算提成。

从净利方面考虑，有以下几点好处：

c□相关人员通过同一个模型获得奖励，能够站在同一个角度思考问题；

d□纯粹以结果导向，相对公平。很难做到绝对公平，尽量做到相对公平；

e□激励长期有效，推动产品的改进。如果产品长期销量很好，

这需要产品经理长期跟进，不断改进产品。

利润计算公式

以上提到的“毛利润”和“净利润”，并非严格意义上财务所讲的毛利润和净利润，是单指跨境电商方面的。

销售团队季度激励方案篇二

我们要打造一支高绩效营销团队需要做到以下几点：

一、标准化训练是构建高效团队的基石

毛主席曾说“只有铁的纪律才能打造铁的队伍”，团队建设首当其冲的是建立一套团队成员的行动标准。从团队成员进入团队的第一步就开始走向标准训练，这保证了首先让团队成员走正确的路，以避免出现团队成员在追求个人目标的过程中“爬上楼梯靠错墙”的结果。

一个没有标准的团队不能称之为团队而只能是男女组成的一群人而已。如团队没有日常作息制度、工作纪律及标准的行为规范，团队成员必将处于无政府状态，这个时候就只能靠成员本身的自觉性，而人性中的自我约束力常常是不可靠的，这时团队成员将会出现日上三竿才睡眼朦胧的走到经销商办公室，或与经销商狼狈为奸挖厂家资源；如没有建立日、周、月工作计划和反馈制度就没法使目标实现的过程得到有效的控制，销售经理也就不能掌握目标完成的过程，这将出现“平时不烧香临时抱佛脚”的现象。到最后的数据调查将是虚假的。这对我们控制市场就带来了巨大的障碍。

1、确定基础制度

日常作息制度、工作纪律、差旅费报销制度（需在制度中明确规定各岗位人员出差天数的要求、出差效果的检核标准、

出差费用的检核等）、例会管理制度（明确晨会的召开时间、具体内容和流程、周例会的召开时间、具体内容和流程、月例会的召开时间、具体内容和流程）等。

2、建立日、周、月工作计划和反馈制度

月度营销计划内容包括：任务分解、产品策略（为达成目标需采用的方法、本公司产品分析、库存结构分析）、新渠道的开发、渠道激励策略、终端促销策略等。

每周工作计划内容包括：一周工作安排；拜访经销商名称和次数、明确打款量或分销量、新开网点数量、促销活动执行、市场信息分析结果等。

工作日志内容包括：当日重点工作项目、经销商拜访计划、当日工作总结等。

各营销团队带头人可根据上表和自身团队的特征编制符合管理实际需求的《营销人工作日志》。团队领导除了会制作表格还应该会看，面对表格输出的信息来判断团队成员的工作状态并从表中寻找解决的方法。

3、建立团队成员的营销行为考核制度

要想通过打造高效营销团队来实现其持续的竞争力就必须进入到团队成员营销行为的细节管理中。目前大多数企业对营销人员的考核基本停留在月底的几个数据上，如市场占有率、销量、销价等，而很少有企业将营销人员的考核落实到每一个具体的行为上，这种粗放式管理必将无法支持团队的营销力的提升从而无法实现持续性增长的竞争力。营销人员行为的细节考核，首先，得根据自身团队的实际制定一张符合于自身实际情况的考核表；其次，应与团队成员充分沟通确立每一个考核项的权重；再次，确立专人负责每一个团队成员的考核落实；最后，在规定的时间内将考核表统一上交

团队带头人进行一对一的沟通，重要的是对团队成员的考核表做出评价。

二、要建立适合于团队的考核制度是构建高效团队的原动力

首先要充分调动营销团队成员的工作积极性，认真检核并结合市场及团队的实际情况，制定了针对性的综合业绩考核制度及任务限时完成制度。把营销工作落到实处，让各产品任务细分到每一成员和每一客户，使每一营销人员更明确业务开展情况，做到人人心中有数，个个胸有成竹，天天激情昂然，高效快速地开展工作，具体内容如下：

1、每月任务按品类并根据每个销售区域的市场容量和网络容纳情况分解到每一个营销人员、经销商。

2、每个营销人员制定详细的客户拜访计划，分时间段对经销商进行回款、提货、促销活动等重要业务活动的跟进，并全力协助经销商对产品进行深度分销。

3、以月为单位对销售团队中的成员进行量化考核。

第一步，由销售处长将公司分配的任务在与各区域进行充分论证后分解到各区域市场，区域经理根据分解到本区域的当月任务量和区域市场的实际情况制定任务分解表，并明确本月任务考核的计算方法。

第二步，在每月初的营销例会上，下发分解表给各业务员，并讲解分解任务量的来由，由各业务员确认自己的任务量，无疑问后，再由各业务员具体将各产品任务量分解给相应的经销商，最后填报任务完成推进表开始执行。

第三步，在下月营销例会上，由销售处长公布每位区域经理及营销人员上月的任务完成情况及实际考核得分。根据考核标准进行奖惩。

除了该制度之外，还应制订每周对团队成员的关心计划，电话的内容主要是包括问候、感谢辛勤劳动、了解工作进展情况。电话关心计划能恰当的体现团队的人文氛围，又能及时发现团队成员工作中存在的问题，以便给予及时的帮助。制度考核配合以人文的电话关心计划很快激发了营销团队成员的积极性，逐步建立以区域经理为领导核心、以业务骨干为专业核心的有能力的团结的战斗队伍。

三、建立有效团队激励机制是构建高效团队的加油站

一般按时计酬的工作人员每天一般只需发挥20%—30%的能力用于工作就足以保住饭碗。但是如果充分调动其积极性，使他们的潜力发挥到80%—90%，这之间的差额用于提高工作效率，其效果是相当可观的。这就需要依靠有效的激励！

我们常将营销人员比作是企业战斗在市场一线的战斗战士。销售处长要善于利用望梅止渴的技巧恰当地激励自己的战士，激励也因此需要根据对象的不同、团队实际情况、周围环境来设定其激励的方式。说到激励销售处长脑子里首先冒出的是——钱！当然金钱做为激励方式是最直接的但却不是最有效的，激励这个词的诞生是因为人的情感需求，所以好的激励制度是物质激励和精神激励有机结合，使之相互辉映从而让团队成员时刻处于被激励中，以高度兴奋和积极的'心态完成每一次的客户谈判、终端管理的每一个细节落实等。

1、人尽其才

让合适的人到合适的岗位，让合适的人到合适的区域，让合适的人有合适的待遇这是销售处长重视对团队成员的培养和考核，认为每个人都是可用之才，使他们感受到受重视和尊重，并在工作的过程中发现其优点并用其优点。

2、创建职业通道

水往低处流，人往高处走。通过公平、公正、公开的机制考核，为营销人员规划好清晰的个人发展轨道，给予他们更多的成长机会，实现其在职业生涯中的快速提升。我们需每月组织营销培训会，提升营销队伍整体营销水平和专业技能。使他们认清自己的现状及其在队伍中的位置，发现不足、拓展自我，清晰地定位自己和发展自我；敢于启用新人，放置于重要区域，信任他们，使他们感觉到被重视和支持。对业务潜质好的业务经理，建立总经理、产品经理不定期与其单独谈话制度，着意培养，使他们感受到公司的重视，鞭策其快速提升和成长，增强了他们对公司的信赖感，为他们创造了极佳的成长成才机会，从更高层面上解决了“我为谁工作”的问题，从而激活带动了整个团队的活力。

3、加强考评结果的执行

通过业绩考核和行为考核的结果，进行奖优罚劣的执行，在团队成员心中树立“付出总有回报”的信念。考评的过程应保证公平、公正、公开，对于考评的结果要根据相关制度严格执行，对于那些绩效好、综合素质强的团队成员要除了给予薪酬的提高之外还可以采用为其提供学习机会和其他方式的奖励，做到多劳多得、少劳少得、不劳不得。在一定的期限内还需要对那些综合考评一直处于优秀的人创造职位空间，大大激发团队活力，精神上、物质上都给其他团队成员起到了较好的示范作用。也可采用各种竞赛活动的开展来激发团队的活性，如：设置阶段性营销竞赛，终端活化竞赛、有效分销竞赛等既促进团队建设，又提升了销售业绩。

4、营造团队氛围，强化归宿感

“赞美的话是温暖冬天的阳光”，销售处长在日常管理行为中需对员工付出后的业绩给予适当的鼓励和褒奖，这样可以使团队成员产生信心，增强工作动力，提高团队凝聚力。销售处长可根据自身的实际情况，在每月营销例会后组织团队文体活动，组织非正式的聚会等，也可增强团队的归宿感和

向心力。反之，对业绩不好的人员，三个月内给予调低年薪或降职处理，甚至淘汰，保持队伍的适当流动性。

什么样的营销团队，就会有什么样的销售业绩。高绩效的团队，才会有高绩效的业绩。高效团队的建设必须在一套基本有效的制度下，强调成员在团队中的价值，最大限度地发挥团队成员的积极性和创造性，强化团队成员的集体荣誉感，使整个团队不是“你”、“我”，而是“我们”。

销售团队季度激励方案篇三

激励全员，发挥团队协作优势，冲锋销售，提升毛利

所有门店

全体员工、促销员

20xx年x月18日—20xx年x月21日

分组排名奖励

1、门店在活动前每天进行培训以及销售演练；

2、办公室支援明细；

3、销售pk目标及预算；

4、销售达成奖励；

1)、重点培训员工的销售技巧，利用不同品类、不同形式的促销方式来引导顾客消费，培训员工的主动性、服务意识、关联性商品搭配销售技巧。

2)、每天安排促销员支援促销活动销售，每天销售高峰时段

门店全体人员必须投入到卖场销售中，重点是食品、用品、纸品各岗位必须有现场导购人员，值班店经理亲自在卖场做现场人员及其他调配，在没顾客的情况下维护排面陈列及货源的补充工作。

4)、在活动商品缺货的情况下请联系部门负责人等相关人员进行调货，请部门负责人协助货源的协调跟进，商品当天来货必须当天陈列在卖场销售。

2) 监督人员做好相应的定岗定位及货源等相关协调工作，附件是支援、队长、监督员模版。

门店销售3天合计达成保底预算100%以上参与pk奖励，达成率由高到底进行pk评选。

销售团队季度激励方案篇四

二、参与门店：所有门店

三、参与对象：全体员工、促销员

四、参与时间□20xx年x月18日—20xx年x月21日

五、奖励方式：分组排名奖励，

六、具体内容：

七、活动前活动形式培训、销售演练以及准备工作

的主动性、服务意识、关联性商品搭配销售技巧。

重点是食品、用品、纸品各岗位必须有现场导购人员，值班店经理亲自在卖场做现场人员及其他调配，在没顾客的情况下维护排面陈列及货源的补充工作。

协调跟进，商品当天来货必须当天陈列在卖场销售。

八、办公室支援门店销售明细

九、销售pk目标及预算

门店销售3天合计达成保底预算100%以上参与pk奖励，达成率由高到底进行pk评选。

销售团队季度激励方案篇五

一、企业文化：

经营理念：

目标：

愿望：

发展方向：

核心价值：

使命：

文化理念：

企业精神：

二、团队建设宗旨：

团队建设初期的核心是执行力，团队的执行力体现在团队日常工作以及任务的执行上，团队中每一个员工都能在安排工作及任务之后，能够高效的执行。高效的销售团队的基本特

点是严谨，团队应把严谨视作团队的灵魂，团队的严谨体现在工作态度和行为上，使工作的每一步都能以严谨的态度去做。

三、团队定位与总体目标：

销售团队必须有一个一致期望实现的愿景。在团队建设中，应使团队朝着共同的方向前进。团队目标必须量化，并可以进行分解成每年，每季度，每月，每周的目标。

并且有与之相对的绩效体系，以监督目标的过程执行。

团队任务需与上层领导沟通：

四、团队文化建设规划：

1. 建立团队文化的要素：

认同：对员工的工作行为，工作状态，以及工作成果的认同。

赞美：善于赞美员工。

晋升机制：给有能力，并且能够达到晋升指标的员工晋升。

激励：目标完成时给予奖金以及其他奖励。

团队意识：培养员工的团结意识，大局观。以团队，公司利益为重。

2. 建立共同的目标观念：

每个团队的成员必须相信，当公司能够长远发展时，员工才能得到很好的职业发展和待遇。

3. 建立严谨的工作制度：

制定团队具体到每天的日常工作安排，并严格按照其执行。

完善团队工作纪律，并配合奖惩措施对执行力进行监督。

明确团队的失误惩罚及责任认定体制，谁犯错谁负责。

明确团队的各个层级的职责，确定每人做自己的工作，不越权工作。